

# **PARIWISATA: ANTARA KEPENTINGAN EKONOMI DAN TUNTUTAN NILAI-NILAI ISLAM**

**MUHARTO**

Dosen Politeknik Sains dan Teknologi Wiratama Maluku Utara  
Email: muhartolaode@gmail.com

## **Abstrak**

Tulisan ini bertujuan untuk: 1) Mendeskripsikan kontribusi pariwisata terhadap perekonomian; 2) Menguraikan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata; 3) Mendeskripsikan pariwisata dari perspektif islam. Penelitian ini termasuk kualitatif deskriptif dengan pendekatan *library research*, yaitu melakukan analisis terhadap berbagai buku, laporan dan hasil penelitian yang dipublikasi dalam jurnal nasional dan internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata merupakan industry yang memberikan dampak positif terhadap perekonomian. Namun menimbulkan dampak negative berupa kerusakan lingkungan dan perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai islam. Pariwisata syariah atau halal menjadi alternative model pariwisata yang dapat meminimalisasi terjadinya dampak negative. Wisata syariah atau wisata halal dapat menjadi alternatif dalam menangkap peluang bisnis dari pasar wisatawan muslim dan sekaligus dapat mengatasi berbagai dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata.

***Kata kunci: Pariwisata, Ekonomi, Syariah, Halal.***

## **1. PENDAHULUAN**

Saat ini, pariwisata dipandang sebagai salah satu industri jasa dengan pertumbuhan tercepat bagi banyak negara (Fernando 2014)<sup>1</sup>, bahkan menjadi *top driver* pertumbuhan ekonomi (Bassil 2015;<sup>2</sup> Brida et al 2010;<sup>3</sup> Nene and Ariuna 2017;<sup>4</sup> Primayesa et al 2017;<sup>5</sup> Šimundi et al 2016<sup>6</sup>), serta menimbulkan *multiplier efek* bagi sector-sector lainnya (WTO 2002<sup>7</sup>; Othman dan Rosli 2011;<sup>8</sup> Kova i , et al 2011;<sup>9</sup> Guzmán et al 2011;<sup>10</sup> Karini 2011;<sup>11</sup> Wu dan Chang, 2013;<sup>12</sup> Aryunda, 2011<sup>13</sup>). Manfaat ekonomi ini telah menjadi kekuatan pendorong utama untuk pertumbuhan pariwisata di negara-negara berkembang. Periode awal pertumbuhan pariwisata (sekitar tahun 1960 dan 1970) dianggap sebagai kegiatan utama untuk menghasilkan devisa dan lapangan kerja oleh kedua lembaga pembangunan, seperti Bank Dunia dan pemerintah. Sampai saat ini, pariwisata memiliki peran yang strategis baik dalam perekonomian global maupun nasional. Di tingkat global, pariwisata mengambil porsi 5% (senilai USD 1,4 triliun) dari total ekspor dunia dan 9,5% dari total PDB dunia. Sementara secara nasional, peran strategis pariwisata tercermin dari solidnya kontribusi yang diberikan bagi perekonomian nasional bahkan dikala perlambatan kinerja terjadi di hampir seluruh sektor (Bank Indonesia, 2015:82)<sup>14</sup>.

Kontribusi pariwisata bagi perekonomian nasional Indonesia adalah penyerapan tenaga kerja sebanyak 9,00 %, di tahun 2014 atau sekitar 10,32 juta orang yang berada pada sector-sector terkait kepariwisataan dan berkembang menjadi 12 juta orang di tahun 2016 (Kemeterian Pariwisata Indonesia 2016:79<sup>15</sup> dan Bank Indonesia 2015:82<sup>16</sup>). Jumlah wisatawan mancanegara meningkat

secara kontinu sepanjang 2009-2016 dengan rata-rata peningkatan sekitar 7 % per tahun, lebih tinggi dibandingkan rata-rata dunia sebesar 4,7%. Peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara disertai dengan peningkatan penerimaan devisa negara rata-rata 12,23% per tahun. Pada tahun 2014 jumlah wisatawan mancanegara tercatat sebesar 9,44 juta atau tumbuh 5,66% serta menghasilkan devisa sebesar US\$ 11,01 miliar, meningkat 9,47% dibandingkan tahun 2013 (Kemeterian Pariwisata Indonesia 2014:52)<sup>17</sup>. Peningkatan ini memposisikan pariwisata sebagai penghasil devisa negara terbesar di posisi ke-4 setelah minyak & gas bumi, batubara, dan kelapa sawit. Di tahun 2016 kontribusi pariwisata semakin solid sehingga meningkat pada posisi ke-3 penghasil devisa negara dengan menggeser posisi batu bara (Kemeterian Pariwisata Indonesia 2016:130)<sup>18</sup>.

Di sisi lain, keberadaan objek wisata ternyata tidak lepas dari ekspresi hedonisme, prostitusi, mabuk-mabukan, narkoba dan gaya hidup bebas. Secara umum praktek pariwisata lebih dekat dengan konotasi entertainment dan jauh dari nilai-nilai Islam. Di Indonesia praktek pariwisata harus diakui masih jauh dari nilai-nilai Islam sehingga banyak wisatawan Indonesia harus mencari tempat-tempat wisata di luar negeri yang lebih nyaman. Pada saat ini wisatawan muslim menjadi pembicaraan hangat dalam dunia bisnis pariwisata dunia.

Berdasarkan laporan *Global Moeslim Travel Index 2018*<sup>19</sup> diketahui bahwa jumlah wisatawan muslim cukup besar jumlahnya pada tingkat global. Pada tahun 2000 terdapat 25 juta pengunjung muslim pada tingkat global, meningkat menjadi 98 juta di tahun 2010. Pada 2017, diperkirakan mencapai 131 juta pengunjung Muslim- dan diprediksi naik menjadi 121 juta pada tahun 2018 dan angka ini diperkirakan akan tumbuh menjadi 156 juta pengunjung pada 2020 mewakili 10 persen dari segmen perjalanan dunia. *States of Global Islamic Economy (SGIE) 2016-2017 report*,<sup>20</sup> diketahui belanja komunitas muslim untuk wisata halal mencapai USD151 miliar atau setara 11,2% dari total pengeluaran masyarakat global pada 2015. Angka tersebut akan semakin meningkat dan diprediksi pengeluaran wisatawan muslim akan mencapai USD200 miliar pada 2020. Hal tersebut merupakan peluang bisnis pariwisata global, sehingga beberapa negara seperti Korea, Thailan, Malaysia dan beberapa tempat di Indonesia mulai mengembangkan model pariwisata Syariah/Halal.

Fenomena di atas sangat menarik, dimana pariwisata pada umumnya berfokus pada keuntungan ekonomi walaupun produk-produknya bertentangan dengan nilai-nilai Islam, sementara jumlah wisawan muslim yang menginginkan wisata halal pada tingkat global semakin meningkat. Berdasarkan hal tersebut, maka tulisan ini bertujuan untuk: 1) Mendeskripsikan kontribusi pariwisata terhadap perekonomian; 2) Menguraikan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata; 3) Mendeskripsikan pariwisata dari perspektif Islam. Penulisan artikel ini diharapkan berimplikasi pada preferensi wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan wisata dan juga masukan buat pelaku bisnis dalam mendesain model pariwisata halal.

## 2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah konsep pariwisata terkait dampaknya terhadap perekonomian, dampak negatifnya dan bagaimana pandangan Islam mengenai pariwisata. Penelitian ini termasuk kualitatif deskriptif dengan pendekatan *library research*, yaitu melakukan analisis terhadap berbagai buku, laporan dan hasil penelitian yang dipublikasi dalam jurnal nasional dan internasional. Uji keabsahan data dan analisis untuk pariwisata dan kontribusinya terhadap perekonomian menggunakan hasil-hasil penelitian yang dipublikasi pada jurnal internasional dari berbagai negara. Sedangkan uji keabsahan untuk pariwisata dan Islam menggunakan keterangan al-Qur'an. Temuan ilmiah dikonfrontir dengan keterangan al-Qur'an, kemudian dibuat analisis kritis, kompilasi, generalisasi, signifikansi dan penarikan kesimpulan.

## 3. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah pariwisata/tourism pertama mulai muncul sekitar abad ke 18 setelah Revolusi Industri di Inggris. Eropa Barat menggunakan istilah "*tourism*" dan "*travel*", oleh Amerika Utara yang mengandung makna "kepergian orang-orang dalam jangka waktu, sementara ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat tujuan berbagai motivasi asal usaha mereka tidak untuk mencari nafkah". Di Indonesia, pada saat musyawarah nasional Yayasan Tourisme Indonesia ke-II atas usul Presiden pertama Indonesia, Soekarno dan akhirnya pada tahun 1961 istilah pariwisata dipakai resmi menggantikan istilah *tourisme* (Muljadi dan Warman, 2016:8)<sup>21</sup>. Pariwisata terdiri dari dua suku kata, "pari" dan "wisata". Pari berarti banyak atau berkeliling dan berulang kali. Sedangkan wisata berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi. Jadi, pariwisata berarti perjalanan dengan tujuan berekreasi yang dilakukan secara berulang kali (Muljadi dan Warman, 2016:8<sup>22</sup>; Suryadana dan Octavia, 2015:30)<sup>23</sup>.

### **Subjek Wisata**

Menurut Suryadana dan Octavia (2015:30)<sup>24</sup> dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subjek wisata, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata yang disebut wisatawan. World Tourism Organization (2012) membedakan wisatawan menjadi dua berdasarkan wilayah perjalanannya, yaitu : a) *Domestic Tourism*. *Domestic tourism involves trips made by local residents within their own countries*. Jadi, wisatawan yang terlibat dalam "*domestic tourism*" ini bisa disebut wisatawan nasional (nusantara), yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di dalam negeri sendiri; b) *International Tourism*. *International tourism involves trips between 2 countries. To a certain country, visits by residents of that country to another country is her outbound tourism; visits to that country by residents of another country is her inbound tourism*. Jadi, wisatawan yang terlibat dalam *international tourism* ini disebut juga wisatawan mancanegara, yaitu wisatawan yang

melakukan perjalanan wisata dari satu negara ke negara lain.

Sedangkan objek wisata terdiri dari keindahan alam (*natural amenities*), iklim, pemandangan, flora dan fauna yang aneh (*uncommon vegetation and animals*), hutan (*the sylvan elements*), dan sumber kesehatan (*health center*) seperti sumber air panas belerang, dan lain-lain (Suryadana dan Octavia, 2015:30)<sup>25</sup>. Disamping itu, obyek wisata yang diciptakan manusia seperti kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, khitanan dan lain-lain semuanya disebut sebagai atraksi wisata (*tourist attraction*). Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata, dikelompokkan kedalam obyek dan daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus.

### ***Komponen-Komponen Pariwisata***

Di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata, namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain (Inskeep, 1991:38<sup>26</sup> dan Zaei and Zaei, 2013:14<sup>27</sup>) dapat dikelompokkan sebagai berikut: 1) Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata. Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata, seperti: Theme Parks, Natural Areas, Cultural, Educational, Events (all types), Indigenous; 2) Akomodasi. Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan. Seperti: Motels, Serviced Apartments, Camping Grounds, Farm Stays, Guest Houses, Bed & Breakfast, Backpackers, Caravan Parks, Cabins, Houseboats, Resorts; 3) Fasilitas dan pelayanan wisata. Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya, restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai); 4) Fasilitas dan pelayanan transportasi. Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara; 5)

Infrastruktur lain. Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi (seperti telepon, telegram, telex, faksimili, dan radio); 6) Elemen kelembagaan. Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

### ***Motivasi Perjalanan Wisata***

Dalam kamus Bahasa Indonesia, motivasi diartikan sebagai dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri manusia untuk berbuat atau melakukan sesuatu. Oleh karena itu, motivasi memberi tujuan dan arah pada perilaku seseorang. Demikian pula dalam hal melakukan perjalanan wisata, seseorang tidak begitu saja menetapkan tujuan tanpa sadar melainkan tergerak oleh adanya dorongan dari dalam dirinya. Mengenai motivasi wisata ini dapat kita pahami melalui kutipan dalam naskah *The Government of the Hong Kong Special Administrative Region (2009:30)*<sup>28</sup> yang menyatakan “*People travel for pleasure, looking for tourist resources, facilities and events that provide them with entertainment and interest. Any resources, facilities or events that attract tourists to a particular place are called attractions. Attractions can either be natural or man-made.*” Dari uraian di atas jelas bahwa motivasi wisatawan muncul karena adanya faktor penarik dari daerah tujuan wisata. Faktor penarik yaitu faktor yang menawarkan tempat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari wisatawan. Dimensi-dimensi faktor penarik terdiri dari keadaan alam sekitar, kualitas lingkungan, atmosfer dan iklim, infrastruktur pariwisata, anggaran untuk makan dan okomodasi, atraksi budaya dan sejarah, atraksi kerajinan tangan, dan keramahan masyarakat setempat. *The Government of the Hong Kong Special Administrative Region (2009:62-64)*<sup>29</sup> menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi motivasi Perjalanan Wisata, diantaranya adalah Economic Capacity, Spare Time, Sex, Age and Physical Condition, Psychological Factors, Overall Development of the Tourism Industry, Group, Family and Social Atmosphere.

## **4. PEMBAHASAN**

### ***Kontribusi Pariwisata Terhadap Perekonomian***

Pengembangan pariwisata menjadi alternative diberbagai negara karena bertujuan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan. Pariwisata menimbulkan *multiplier effect* dalam bidang ekonomi. Zaei dan Zaei (2013)<sup>30</sup> *multiplier effect* pariwisata dapat diukur melalui aspek multiplier Penjualan, multiplier keluaran, multiplier penghasilan, dan multiplier ketenagakerjaan. Hal

ini telah diakui oleh para ilmuwan dan temuan berbagai penelitian, diantaranya Swarbrooke (1999)<sup>31</sup>; Muljadi dan Warman (2009)<sup>32</sup>; Ramdas dan Mohamed (2014)<sup>33</sup>; Othman dan Rosli (2011)<sup>34</sup>; Zaei dan Zaei (2013)<sup>35</sup> dan Karini (2011:1)<sup>36</sup>. Salah satu keuntungan pariwisata adalah menciptakan kesempatan kerja. Industri pariwisata memberikan peluang kesempatan kerja, seperti di bidang transportasi, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, travel, pemandu wisata, penyedia souvenir, atraksi wisata, dan sebagainya. Bidang-bidang tersebut membutuhkan banyak sumberdaya manusia yang secara langsung bermuara pada penyerapan tenaga kerja. Pekerjaan-pekerjaan tersebut merupakan sumber pendapatan bagi masyarakat baik perorangan maupun kelompok yang selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Penelitian yang dilakukan oleh Othman dan Mohd (2011)<sup>37</sup>, tentang *“The Impact of Tourism on Small Business Performance: Empirical Evidence From Malaysian Islands”* menunjukkan bahwa industri pariwisata berampak positif terutama pada keuangan. Dalam hal ini, pengembangan pariwisata merupakan katalis penting untuk pembangunan kewirausahaan dan performa usaha kecil. Karmakar (2011)<sup>38</sup> penelitian tentang *“Ecotourism and Its Impact On The Regional Economy – A Study Of North Bengal (India)”* bahwa ekowisata telah meningkatkan perekonomian daerah melalui pendapatan dan lapangan kerja di daerah Taman Nasional yang berbeda di Bengal Utara India. Wu dan Chang (2013)<sup>39</sup>, penelitian *“Island Marine Tourism Development Critical Success Factors–Case by Wangan in Taiwan”*, bahwa kegiatan wisata memberikan kesempatan kerja bagi penduduk sekitar dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Supriyadi (2017)<sup>40</sup> tentang *The Economic Impact of International Tourism to Overcome the Unemployment and the Poverty in Indonesia*. Penelitian lain yang juga sejalan adalah Kova i , *et all* (2011)<sup>41</sup> tentang pengembangan wisata bahari di Croatia; Guzmán, *et all* (2011)<sup>42</sup> penelitian pariwisata berbasis masyarakat di El Salvador Amerika Tengah. Selain memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan swasta, pariwisata juga memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah. Bassil *et all* (2014)<sup>43</sup> dalam penelitiannya tentang *The tourism led growth hypothesis: the Lebanese case*, membuktikan bahwa pariwisata pembangunan pariwisata menjadi faktor utama penentu pertumbuhan ekonomi di Lebanon antara tahun 1995 dan 2013. Hal ini didukung oleh beberapa hasil penelitian lainnya seperti Brida, *et all* (2010)<sup>44</sup>; Hodur *et al* (2008)<sup>45</sup>; Nene dan A. Taivan (2017)<sup>46</sup>; Primayesa, *et al* (2017)<sup>47</sup>; Šimundi *et al* (2017)<sup>48</sup>. Sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak. Misalnya, pengenaan pajak hotel dan restoran yang merupakan bagian dari keuntungan usaha pariwisata hotel dan restoran tersebut. Sumber lain bisa berupa usaha pariwisata yang dimiliki oleh pemerintah

daerah sendiri. Pemerintah daerah juga mengenakan pajak secara langsung kepada wisatawan jika mereka melakukan transaksi yang tergolong kena pajak. Biasanya dikenal sebagai *service tax*, yang umumnya sebesar 10% untuk transaksi di hotel dan restoran. Pajak ini berbeda dari pajak yang sumbernya dari keuntungan hotel dan restoran yang diberikan sebelumnya. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Kinly I. Turangan, Vekie A. Rimate dan Jacline I. Sumual (2011)<sup>49</sup> tentang “Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Manado. Penelitian menemukan bahwa: 1) jumlah wisatawan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Manado. 2) Jumlah hotel tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak daerah. Walaupun perkembangan Pajak Daerah dari tahun 2007-2011 ada yang tetap bahkan ada yang bertambah. 3) Adanya pengaruh yang kuat antara jumlah wisatawan dan jumlah hotel terhadap penerimaan pajak daerah di Kota Manado. Hasil penelitian Zaman (2014)<sup>49</sup> di kabupaten Berau juga menunjukkan solidnya sektor pariwisata dalam meningkatkan PAD.

### ***Dampak Negatif Pariwisata***

Selain berkontribusi positif, ternyata pariwisata juga menimbulkan beberapa dampak negative. Buckley (2012)<sup>50</sup> menganalisis 5000 publikasi yang berkaitan dengan pembangunan pariwisata di seluruh dunia menemukan bahwa industri pariwisata berfokus kuat pada aspek ekonomi, serta mengabaikan isu populasi, perdamaian, kemakmuran, polusi dan perlindungan. Pada dasarnya pihak pengembang pariwisata hanya mengejar manfaat ekonomi sehingga menimbulkan beberapa dampak sosial dan lingkungan. Hal ini telah diakui oleh para ilmuwan dan praktisi melalui berbagai literature dan temuan penelitian, diantaranya Swarbrooke (1999)<sup>51</sup>; Muljadi dan Warman (2009)<sup>52</sup>; Ramdas dan Mohamed (2014)<sup>53</sup>; Othman dan Rosli (2011)<sup>54</sup>; Zaei dan Zaei (2013)<sup>55</sup>. Mathieson & Wall (dalam Zaei dan Zaei 2013)<sup>56</sup> menyebutkan beberapa dampak negative dari pariwisata, yaitu: 1) Wisatawan yang berkunjung dapat merusak monumen-monumen budaya dan tempat-tempat bersejarah; 2) Pariwisata memberikan peluang bagi munculnya kegiatan-kegiatan yang tidak diinginkan seperti perjudian, perdagangan narkoba dan prostitusi yang dapat menimbulkan dampak negative bagi masyarakat local; 3) Berkembangnya beachboy, yaitu kelompok remaja yang tidak ingin mencari kerja karena mereka merasa dibutuhkan oleh wisatawan wanita; 4) Timbulnya “premature departure to modernization”, yaitu suatu keadaan dimana nilai-nilai dan ideology asing yang diterima memengaruhi kehidupan dan sikap serta perilaku masyarakat local secara perlahan dikhawatirkan akan menjauhi budaya dan tradisi mereka; 5) Menimbulkan perubahan dalam pola dan kebiasaan sosial seperti perceraian; 6) Terjadinya demonstration effect yaitu kebiasaan meniru yang dilakukan masyarakat local khususnya para remaja, misalnya meniru

perilaku, kebiasaan, sikap wisatawan asing yang biasanya bertentangan dengan kode etik local dan meniru pola konsumsi yang relative lebih tinggi di bawah rata-rata kemampuan keuangan masyarakat local; 7) Terjadinya komersialisasi asset budaya seperti komersialisasi seni, upacara adat dan keagamaan dan tarian tradisional yang berakibat hilang keasliannya yang disajikan kepada wisatawan, seperti Balinese religious dance.

Pembangunan pariwisata dan kegiatan operasionalnya memiliki dampak terhadap sosial dan budaya bagi masyarakat setempat (UNEP 2002)<sup>57</sup>, diantaranya: a) Ancaman terhadap ekosistem dan keanekaragaman hayati – misalnya hilangnya satwa liar dan spesies langka, hilangnya habitat dan degradasi; b) Gangguan pantai, misalnya garis pantai erosi dan polusi, serta dampak terhadap terumbu karang dan tempat bertelurnya ikan; c) Deforestasi, hilangnya hutan untuk kayu bakar dan kayu oleh industri pariwisata juga berdampak pada tanah dan kualitas air, integritas keanekaragaman hayati, mengurangi koleksi hasil hutan oleh masyarakat lokal, pemakaian air yang berlebihan; d) Masalah perkotaan, seperti kemacetan dan kepadatan penduduk, peningkatan lalu lintas kendaraan dan dampak lingkungan yang dihasilkan, termasuk polusi udara dan kebisingan suara, serta dampak kesehatan.

### ***Pariwisata Dan Islam***

Pada bagian ini penulis akan menguraikan keterkaitan konsep pariwisata dengan nilai-nilai islam berdasarkan keterangan Al-Quran. Konsep pariwisata sebagaimana rumusan (UNWTO, 2012)<sup>58</sup> adalah “*The activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other*“. Jadi, pariwisata pada hakekatnya adalah keseluruhan (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap di tempat yang disinggahinya dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah. Pariwisata berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi (Suryadana dan Octavia, 2015:30).<sup>59</sup>. Dalam hal ini konsep pariwisata menunjuk pada 4 unsur dasar, yaitu wilayah, manusia, perjalanan, dan kesenangan.

Terkait dengan penggunaan istilah “perjalanan” atau “*traveling*”, dalam al-Quran dijumpai penggunaan istilah, *Al-Safar*, *Al-Rihlah*, *Al-Sair*, dan *Al-Ziarah*. Istilah *Safar* terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 184 dan 185<sup>60</sup>. Istilah *Rihlah* dijumpai dalam surat Quraaisy ayat 2 “... kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas”. Perjalanan yang dimaksud dalam ayat ini adalah perjalanan bisnis, bukan untuk rekreasi. *Sair* terdapat pada surat Saba’ ayat 34, “...Berjalanlah kamu di kota-kota itu pada malam hari dan siang hari dengan aman”. Untuk lebih jelasnya keterangan al-Quran yang berkaitan dengan pariwisata dapat dilihat pada ayat-ayat berikut ini:





Artinya:

Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan (QS. Al Mulk, ayat 15)

Selanjutnya pada QS. Al-Ankabut, ayat 20 yang artinya:

Katakanlah, Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (Q.S. Al-Ankabut, ayat 20).

Dua ayat al-Quran di atas mengandung arti bahwa perjalanan pariwisata dianjurkan dalam Islam. Ayat al-Quran tersebut mengandung tujuh unsur dasar, yaitu Allah, manusia, bumi/wilayah, perjalanan, kemudahan, makanan, dan hari akhir. Al-Quran terlihat lebih lengkap memberikan batasan mengenai pariwisata. Jika delapan unsur ini dijadikan rujukan dalam segala aktivitas kepariwisataan, maka akan memperkecil kemungkinan terjadinya dampak negative yang ditimbulkan pariwisata, seperti kerusakan lingkungan, polusi, prostitusi, narkoba, dan mabuk-mabukan. Kegiatan pariwisata tentunya dapat menuntun manusia berpikir dan memahami ciptaan Allah. Surah Yusuf ayat 109 secara tegas menganjurkan agar menelusuri berbagai negeri. Masih banyak penggunaan istilah lain dalam al-Quran yang menunjukkan perjalanan. Pada dasarnya terdapat penggunaan beragam kata dalam al-Quran yang menunjuk pada anjuran melakukan perjalanan dengan menggunakan kata kerja sedang berlansung dan kata perintah, sehingga menjadi motivasi para Rasul dan Nabi terdahulu dan para pendakwah dalam melakukan perjalanan.

Manusia perlu mengenal berbagai peristiwa sejarah dan budaya masyarakat dari berbagai belahan dunia. Ayat ini juga menegaskan betapa banyak umat terdahulu telah dibinasakan Allah karena kedurhakaan mereka kepada ayat-ayatnya. Karena itu manusia harus menggunakan daya pikirnya untuk menemukan kebenaran, dan sekaligus meyakini kebenaran berita yang disampaikan al-Quran. Dengan demikian, perjalanan wisata dalam pandangan islam dianjurkan untuk menikmati keindahan alam dan menambah rasa kagum terhadap berbagai ciptaan Allah, sehingga jiwa manusia mendapatkan kesegaran dan bertambah tinggi keimanan kepada Allah.

Allah SWT memerintahkan manusia untuk senantiasa berfikir tentang dunia dan seluruh isinya, sehingga manusia semakin memahami hakikat penciptaan dan tujuan hidup yang hakiki. Dalam hal ini, pariwisata dapat menjadi mediator dengan menawarkan rona dan nuansa eksotik alam semesta. Wisatawan dapat menyibak daya pesona objek wisata yang dapat memperkuat pengakuan terhadap kemahakuasaan Allah sebagai arsitekrur kosmos.

Pariwisata yang islami dapat kita jumpai beberapa istilah seperti wisata syariah, wisata halal wisata religi.

### 1. Pariwisata Syariah.

Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, wisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkah dari Allah (Munirah, 2012:2)<sup>61</sup>. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.2 Tahun 2014 menyebutkan bahwa “pariwisata syariah merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah.” Pada ayat 3 disebutkan bahwa Usaha Hotel Syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria Usaha Hotel Syariah. Pasal 4 menyebutkan kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan/atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.

Menurut fatwa dewan syariah nasional Nomor 108/DSN-MUI/X/2016<sup>62</sup> tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam ketentuan umum pasal 5 menyebutkan bahwa “destinasi wisata syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Sedangkan Prinsip Umum Penyelenggaraan Pariwisata Syariah adalah 1). Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan,; 2). Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.

### 3. Wisata Halal

Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic tourism, syari'ah tourism, halal travel, halal friendly tourism destination, Muslim-friendly travel destinations, halal lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, wisata syariah merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional (Jaelani, 2017)<sup>63</sup>. Penggunaan istilah wisata halal karena banyak wisatawan Muslim mengunjungi negeri berpenduduk mayoritas non Muslim, dan mengalami kesulitan mendapatkan makanan yang halal. Sementara jumlah wisatawan Muslim terutama dari berbagai negara muslim sangat besar jumlahnya. Halal ialah segala sesuatu yang tidak bertentangan dengan Syariah Islam. Oleh karena itu, objek wisata halal ialah penyediaan wisata berupa hotel, rumah makan, restoran dan tempat hiburan lain menggunakan material. Yang menjadi ukuran halal adalah melalui prosedur yang memenuhi syarat sertifikasi halal. Hotel, rumah makan, restoran dan lain sebagainya sangat ditekankan pada bahan material halal seperti ketersediaan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, sabun, shampo dan sebagainya yang jelas kehalalannya. Jadi penekanan halal di sini pada pengelolaan dan penggunaan bahan material.

Sebagai contoh, tidak ada istilah kolam renang halal, yang ada kolam renang syariah, yang penerapannya berupa menutup aurat.

Korea misalnya, dengan mempertimbangkan kebutuhan wisman muslim Korea, pemerintah mulai memperkenalkan pariwisata ramah Muslim.<sup>64</sup> Pada tahun 2014, *Korea Tourism Organization* (KTO) mengeluarkan buku panduan makanan halal yang ada di Korea. Buku panduan ini dapat diakses melalui *website: Visit Korea*. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) terus berupaya meningkatkan kualitas produk-produk pariwisata halalnya dengan melakukan kerjasama serta koordinasi dengan Korean Muslim Federation (KMF) dan Korea Halal Association (KHA). Terlebih saat ini industri pariwisata halal sedang mendapatkan sorotan dunia. *Korean Muslim Federation* (KMF) merupakan sebuah federasi yang bertanggungjawab dalam pekerjaan sertifikasi halal yang didirikan sejak tahun 1967. Kantornya berlokasi di Hannam-Dong, Yongsan-Gu, dan Seoul. Sertifikasi ini diperlukan untuk memastikan produk-produk pariwisata halal di Korea Selatan benar-benar sesuai dengan syariat Islam.<sup>65</sup>

Sertifikasi halal utamanya memperhatikan restoran-restoran yang menyajikan menu-menu khas Korea Selatan. Para wisatawan muslim umumnya khawatir mengenai ketersediaan dan akses makanan halal karena Negeri Ginseng ini terkenal dengan kuliner dari bahan daging babi. Selain itu, Korea Halal Association (KHA) juga berperan penting dalam industri pariwisata halal Korea Selatan. KHA merupakan sebuah asosiasi di Korea Selatan yang menyediakan layanan sertifikasi, konsultasi, promosi dan berbagai macam kegiatan mengenai industri halal. KHA juga berupaya untuk meningkatkan kesadaran warga dan meluruskan kesalahpahaman tentang industri halal di Korea. Sasaran KHA tidak hanya bagi warga umum saja tetapi juga para pelaku bisnis.<sup>66</sup>

Chookaew et al (2015)<sup>67</sup>, inisiatif pengembangan pariwisata halal di Thailand yang akan memfokuskan Halal Hotel, Halal foodand, Halal spa layanan ketika wisatawan Muslim bepergian. Karena permintaan dari pasar Muslim terhadap layanan halal oleh karena itu, penting bagi Thailand untuk mengembangkan konsep untuk Bisnis Pariwisata Halal. Selanjutnya, pariwisata halal akan langsung memenuhi kebutuhan Muslim dengan demikian, itu akan menjadi salah satu produk ceruk untuk industri pariwisata di Thailand.

Pada saat ini pertumbuhan wisatawan muslim semakin meningkat dan mendorong banyak negara mulai menangkap peluang bisnis tersebut, dengan mendesain pariwisata halal. *Global Moeslim Travel Index*<sup>68</sup> menyebutkan ada tujuh pendorong utama yang terus membentuk pertumbuhan cepat dari pasar wisata halal secara global: a) *Growing Muslim Population*: Pertumbuhan populasi Muslim paling cepat di dunia satu dari empat orang di seluruh dunia menjadi Muslim. Pada 2050, ini akan meningkat menjadi 2,8 miliar atau kira-kira satu dari tiga orang di seluruh dunia mempraktekkan Islam dengan mayoritas yang berasal dari Asia Wilayah Pasifik; b) *Growing middle class / Disposable income*: Pertumbuhan Muslim kelas menengah terus meningkat khususnya pada negara-negara dengan populasi Muslim besar seperti negara-negara Teluk, Indonesia

dan Malaysia; c) Younger population: Muslim juga merupakan segmen termuda di antara semua kelompok agama besar lainnya dengan usia rata-rata 24 tahun pada tahun 2015. Milenium dan dewasa muda Muslim ini, dengan beberapa sudah transit menjadi orang tua, membentuk masa depan pariwisata dan perhotelan dengan layanan unik untuk kebutuhan mereka; d) Increasing access to travel information: Media sosial terus memainkan peran penting dan cepat mendapatkan momentum dalam melayani informasi perjalanan yang relevan dengan kebutuhan wisatawan Muslim setiap tujuan, sikap dan pilihan pelanggan akan sangat dipengaruhi oleh teknologi digital; e) Increasing availability of Muslim-friendly travel services and facilities: Dengan meningkatnya pertumbuhan pasar perjalanan Muslim, lebih banyak bisnis dan tujuan kini telah memasuki industri untuk melayani kebutuhan wisatawan Muslim dengan mengadaptasi produk dan layanan mereka; f) Ramadan travel: Meskipun Ramadhan di 2018 tidak lagi berada dalam periode liburan sekolah untuk sebagian besar tujuan, masih ada tren yang kuat dari wisatawan yang mencari pengalaman Ramadhan yang unik selama Bulan suci umat Islam. Kepergian populer perjalanan Umrah selama periode ini, peningkatan dalam bisnis perjalanan dan cuaca ekstrim atau jangka waktu puasa juga akan terus berkontribusi pada popularitas Perjalanan Ramadhan; g) Business travel: Dengan sebagian besar Muslim yang mewakili negara berkembang seperti Indonesia, Malaysia, Turki dan ekonomi di Gulf Cooperation Council (GCC), perjalanan bisnis diperkirakan akan tumbuh pesat untuk memenuhi peluang bisnis baru ini. Profesional Muslim baru (baik laki-laki dan perempuan) masuk tenaga kerja dan pelancong bisnis Muslim dari MICE (Pertemuan, Insentif, Konferensi dan Peristiwa) juga berkontribusi pada pertumbuhan menguntungkan yang sehat dari segmen ini.

### 3. Wisata Religi

Wisata religi masih kurang populer di kalangan masyarakat, karena masyarakat luas memiliki pandangan wisata sebagai tempat hiburan yang identic dengan keindahan alam dan pantai. Wisata religi menjadi salah satu bentuk pariwisata yang kurang dipelajari dalam penelitian pariwisata (Timothy & Olsen, 2006:1)<sup>69</sup>. Wisata religi merupakan kegiatan yang memiliki motivasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti kegiatan haji, umrah, dan sebagainya. Bentuk lain dapat berupa ungkapan rasa syukur kepada Allah Yang Maha Rahman dan Maha Rahim dan pengakuan atas kebesaran-Nya yang dapat diamati di mana saja baik pada masa lalu maupun sekarang (Din, 1989, 551-2).<sup>70</sup>

Pertumbuhan yang konsisten di segmen pasar ini telah menjadi tren global dalam industri pariwisata. Trend perjalanan keagamaan tidak dianggap sebagai fenomena baru. Untuk melakukan perjalanan, wisata religi telah lama menjadi motif integral dan biasanya dianggap sebagai bentuk tertua dari perjalanan ekonomi. Setiap tahun jutaan orang melakukan perjalanan ke tujuan ziarah utama di seluruh dunia. Diperkirakan bahwa hampir 240 juta orang per tahun pergi berziarah, sebagian menjadi Kristen, Muslim dan Hindu. Wisata religi menjadi identik dengan pertumbuhan pariwisata pada masa modern (Jaelani, 2017)<sup>71</sup>.

Pada Perpres RI No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional pasal 14 ayat 1 menjelaskan bahwa Daya Tarik Wisata meliputi, Daya Tarik Wisata alam, budaya dan hasil buatan manusia. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia dikembangkan dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan wisata, satu darinya ialah wisata religi (*religious tourism/pilgrimage tourism*). Maka wisata religi menekankan pada keunikan, keindahan dan nilai religi. Seperti objek wisata religi berupa mengunjungi masjid, peninggalan bangunan bersejarah yang bernilai religi, ziarah dan lain-lain. Oleh karena itu wisata religi seringkali erat kaitan dengan wisata sejarah, yang merupakan bagian dari wisata budaya.<sup>71</sup>

## **5. KESIMPULAN**

Pariwisata merupakan industry yang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, mengatasi disparitas pendapatan dan perluasan lapangan kerja. Namun pariwisata juga menimbulkan dampak negative berupa perilaku hidup boros dan hedonisme, infiltrasi budaya asing, prostitusi, minuman beralkohol, dan penyemaran lingkungan, kerusakan. Pariwisata Syariah atau halal menjadi alternative model pariwisata yang dapat meminimalisasi terjadinya dampak negative. Model pariwisata ini juga dipilih untuk menyediakan produk wisata bagi wisatawan muslim yang jumlahnya terus meningkat. Jadi model wisata syariah atau wisata halal bertujuan menangkap peluang bisnis dari pasar wisatawan muslim dan sekaligus dapat mengatasi berbagai dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata. Penelitian ini berimplikasi pada pelaku bisnis dan pemerintah untuk melakukan pengembangan model pariwisata berbasis Syariah atau wisata halal pada setiap destinasi. Keterbatasan penelitian ini tidak menganalisis pemetaan perilaku wisatawan muslim berdasarkan latar belakang Pendidikan dan sosial. Keterbatasan lain tidak melakukan analisis structural pada tingkat wilayah terutama arah gerakan wisatawan muslim. Olehnya itu disarankan bagi peneliti lanjutan untuk melakukan pemetaan karakteristik perilaku wisatawan muslim dari latar belakang Pendidikan dan sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- 1 Fernando, Imali N. 2014. Is Competitiveness a Challenge for an Economy? A Comparative Study for Sri Lankan Tourism Sector. In Proceedings of the 3rd International Conference on Management and Economics. Faculty of Management and Finance, University of Ruhuna, Sri Lanka, 26-27 February.
- 2 Bassil, Charbel., M. Hamadeh, and N. Samara. 2015. The tourism led growth hypothesis: the Lebanese case. *Tourism Review* 70 (1): 43-55.
- 3 Brida, J. G., S. P. Juan., F.P. Lionello, and J.S.D. María. 2010. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems* 3 (1) :13-22.
- 4 Nene, G, and A. Taivan. 2017. Causality Between Tourism and Economic Growth: Evidence From Sub-Saharan Africa (SSA). *The Journal of Developing Areas* Volume 51 (2) :155-169.
- 5 Primayesa, E., W. Widodo., F.X Sugiyanto, and Firmansyah. 2017. The Dynamic Relationship between Economic Growth, Tourism Activity, and Real Exchange Rate in Indonesia 8 (20) : 798-810.
- 6 Šimundi , B., Z. Kuliš, and N. Šeri . 2016. Tourism And Economic Growth: An Evidence For Latin American And Caribbean Countries. *Tourism & Hospitality Industry* 2016, Congress Proceedings, 2016.: 457-469.
- 7 WTO (2012). Definition Of Sustainable Tourism. Available at: <http://Sdt.Unwto.Org/En/Content/About-Us-5>.
- 8 Othman, Pazim and Rosli, M. Mohd (2011). The Impact of Tourism on Small Business Performance: Empirical Evidence from Malaysian Islands. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 2 No. 1; January 2011. p.11-21, available at : [www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com).
- 9 Kova i , Mirjana; Zvonko Gržeti and Desimir Boskovi (2011). Nautical Tourism In Fostering The Sustainable Development: A Case Study Of Croatia's Coast And Island, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 6, Number 1, Spring 2011, p. 221-232.
- 10 Guzmán, Tomás López-; Sandra Sánchez-Cañizares and Víctor Pavón (2011). Community - Based Tourism In Developing Countries: A Case Study, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Volume 6, Number 1, Spring 2011, p. 69-84.
- 11 Karini, Ni Made Oka (2011). Pengelolaan Daya Tarik Wisata Tinggalan Arkeologi Yang Berkelanjutan Di Bali, *Jurnal Analisis Pariwisata*. Issn.1410-3729. Vol. 11 No. 1 Th. 2011, Hal. 1-7.
- 12 Wu, C. Lung and Chang, Hsiao-Ming (2013). Island Marine Tourism Development Critical Success Factors – Case by Wangan in Taiwan. *The Journal of Global Business Management* Volume 9, Number 3, October 2013, p. 126-135.
- 13 Aryunda, Hanny (2011). Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 22 No. 1, April 2011, hlm.1– 16.
- 14 Bank Indonesia (2015). *Kajian Ekonomi Regional Triwulan II. Maluku Utara*: Kantor BI Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Maluku Utara.
- 15 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2016). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016*.
- 16 Bank Indonesia. *Ibid*
- 17 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2014). *Ibid*.
- 18 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2016). *Ibid*.
- 19 Global Muslim Travel Index 2018. <https://www.halalmedia.jp/wp-content/uploads/2018/04/GMITI-Report-2018.pdf>
- 20 State of The Global Islamic Economy 2017 Report <https://www.salaamgateway.com/en/country-profile/id/indonesia/>.
- 21 Suryadana, M.L dan Octavia V (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- 22 Muljadi dan Warman (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan* (Edisi revisi 2016), Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- 23 Suryadana, M.L dan Octavia V. *Ibid*.
- 24 Suryadana, M.L dan Octavia V. *Ibid*.

- 25 Inskip, Edwar (1991). *Tourism Planing: An Integrated and Sustainable Developmen Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- 26 Zaei Mansour E Dan Mahin E. Zaei (2013). *The Impacts Of Tourism Industry On Host Community*. *European Journal Of Tourism Hospitality And Research* Vol.1, No.2, p.12-21, available at : [Www.Ea-Journals.Org](http://Www.Ea-Journals.Org).
- 27 The Government of the Hong Kong Special Administrative Region (2009). *Manual On Module I Introduction to Tourism*. Hong Kong: Education Bureau.
- 28 The Government of the Hong Kong Special Administrative Region. *Ibid*.
- 29 Zaei Mansour E Dan Mahin E. Zaei. *Ibid*.
- 30 Swarbrooke, John (1998). *Sustainable Tourism Management*. New York: Cabi Publishing.
- 31 Muljadi dan Warman. *Ibid*.
- 32 Ramdas, M and Mohamed, B (2014). *Impacts of tourism on environmental attributes, environmental literacy and willi ngness to pay: A conceptual and theoretical review*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, p 378–391. Available at : [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).
- 33 Othman, Pazim and Rosli, M. Mohd (2011). *The Impact of Tourism on Small Business Performance: Empirical Evidence from Malaysian Islands*. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 2 No. 1; January 2011. p.11-21, available at : [www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com).
- 34 Zaei Mansour E Dan Mahin E. Zaei. *Ibid*.
- 35 Karini, Ni Made Oka (2011). *Pengelolaan Daya Tarik Wisata Tinggalan Arkeologi Yang Berkelanjutan Di Bali*, *Jurnal Analisis Pariwisata*. Issn.1410-3729. Vol. 11 No. 1 Th. 2011, Hal. 1-7.
- 36 Othman, Pazim and Rosli, M. Mohd. *Op Cit*.
- 37 Karmakar, Madhusudan (2011). *Ecotourism and Its Impact On The Regional Economy – A Study Of North Bengal (India)*, *Tourismos: An International Multidiciplinary Journal of Tourism*, Vol 6, No 1, p. 251-270.
- 38 Wu, C. Lung and Chang, Hsiao-Ming (2013). *Island Marine Tourism Development Critical Success Factors – Case by Wangan in Taiwan*. *The Journal of Global Business Management* Volume 9, Number 3, October 2013, p. 126-135.
- 39 Supriyadi, E., and Kausar, D. R. K. 2017. *The economic impact of international tourism to overcome the unemployment and the poverty in Indonesia*. *Journal of Environmental Management and Tourism*, Volume VIII, Spring, 2(18): 451 – 459.
- 40 Kova i , Mirjana; Zvonko Gržeti and Desimir Boskovi (2011). *Nautical Tourism In Fostering The Sustainable Development: A Case Study Of Croatia’s Coast And Island*, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 6, Number 1, Spring 2011, p. 221-232.
- 41 Guzmán, Tomás López-; Sandra Sánchez-Cañizares and Víctor Pavón (2011). *Community - Based Tourism In Developing Countries: A Case Study*, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Volume 6, Number 1, Spring 2011, p. 69-84.
- 42 Bassil, Charbel., M. Hamadeh, and N. Samara. 2015. *The tourism led growth hypothesis: the Lebanese case*. *Tourism Review* 70 (1): 43-55.
- 43 Brida, J. G., S. P. Juan., F.P. Lionello, and J.S.D. María. 2010. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems* 3 (1) :13-22.
- 44 Hodur, Nancy M;Leistriz, F Larry;Wolfe, Kara L (2008). *Developing The Nature-Based Tourism Sector In Southwestern North Dakota*. *Great Plains Research*; Spring 2008; 18, 1; ProQuest pg. 81
- 45 Nene, G, and A. Taivan. 2017. *Causality Between Tourism and Economic Growth: Evidence From Sub-Saharan Africa (SSA)*. *The Journal of Developing Areas* Volume 51 (2) :155-169.
- 46 Primayesa, E., W. Widodo., F.X Sugiyanto, and Firmansyah. 2017. *The Dynamic Relationship between Economic Growth, Tourism Activity, and Real Exchange Rate in Indonesia* 8 (20) : 798-810.
- 47 Šimundi , B., Z. Kuliš, and N. Šeri . 2016. *Tourism And Economic Growth: An Evidence For Latin American And Caribbean Countries*. *Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings*, 2016:. 457-469.

- 48 Turangan, K I; Vekie A. Rimate dan Jacline I. Sumual (2011). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Volume 14, No. 01, 2014, hal. 87-97.
- 49 Zaman, Bahru (2014). Peran Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Pariwisata di Kabupaten Berau. *Ejournal Ilmu Pemerintahan*, Volum 2 (1): hal. 1–10, tersedia di: [ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id).
- 50 Buckley, Ralf (2012). Sustainable Tourism: Research and Reality, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 2, pp. 528–546. Available at: [www.elsevier.com/locate/atoures](http://www.elsevier.com/locate/atoures).
- 51 Swarbrooke, John (1998). *Sustainable Tourism Management*. New York: Cabi Publishing.
- 52 Muljadi dan Warman. *Op Cit*.
- 53 Ramdas, M and Mohamed, B (2014). Impacts of tourism on environmental attributes, environmental literacy and willingness to pay: A conceptual and theoretical review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, p 378–391. Available at : [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).
- 54 Othman, Pazim and Rosli, M. Mohd. *Op Cit*.
- 55 Zaei Mansour E Dan Mahin E. Zaei (2013). The Impacts Of Tourism Industry On Host Community. *European Journal Of Tourism Hospitality And Research* Vol.1, No.2, p.12-21, available at : [Www.Ea-Journals.Org](http://Www.Ea-Journals.Org)
- 56 Zaei Mansour E Dan Mahin E. Zaei. *Ibid*.
- 57 UNEP (2002). How Tourism Can Contribute to Environmental Conservation. Available: <http://www.unep.org/pc/tourism/sust-tourism%5Cenv-conservation.htm>
- 58 UNEP and UNWTO (2012). *Ibid*.
- 59 Suryadana, M.L dan Octavia V. *Op Cit*.
- 60 Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: Diponegoro.
- 61 Munira, L dan Ismail. H.N. Muslim Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of The Tourism and Hospitality International Conference Malaysia*. Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, 2012.
- 62 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia . Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 1 08/Dsn-Mui{X12}. Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://Dsnmui.Or.Id/Produk/Fatwa/>
- 63 Chung A. Korea to attract 1 mil. Muslim tourists [Internet]. *Korea Times*. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from: [http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2017/03/113\\_197384.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2017/03/113_197384.html)].
- 64 Korean Muslim Federation (KMF) - Company Details on ZAWYA MENA Edition [Internet]. *Zawya.com*. [cited 5 September 2017]. Available from: [https://www.zawya.com/mena/en/company/Korean\\_Muslim\\_Federation-12620055/](https://www.zawya.com/mena/en/company/Korean_Muslim_Federation-12620055/)
- 65 Korea Halal [Internet]. *Korea Halal*. [cited 5 September 2017]. Available from: <http://koreahalal.org/about-us>].
- 66 Chookaew, Sureerat, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, and Sudarat Nimpaya. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 7, July 2015.
- 67 Global Muslim Travel Index 2018. <https://www.halalmedia.jp/wp-content/uploads/2018/04/GMITI-Report-2018.pdf>
- 68 Timothy, D.J., & Olsen, H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Oxford: Routledge
- 69 Din, K. (1989). Islam and tourism: Patterns, issues, and options. *Annals of Tourism Research*, 16 (4), pp 542-563.
- 70 Jaelani, Aan (2017). *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*. Online at <https://mpr.aub.uni-muenchen.de/76237/> MPRA Paper No. 76237, posted 17 January 2017 02:56 UTC.
- 71 Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2014. *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman*



Penyelenggaraan Usaha Hotel  
([Http://Ditjenpp.Kemenkumham.Go.Id/Arsip/Bn/2014/Bn74-2014.Htm](http://Ditjenpp.Kemenkumham.Go.Id/Arsip/Bn/2014/Bn74-2014.Htm)).

Syariah